

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Diksi merupakan pilihan kata, pilihan kata yang dimaksud mencakup pengertian kata untuk menyampaikan ide gagasan. Kata yang digunakan harus dapat diterima dan dipahami oleh orang lain (Keraf, 2008: 22). Semakin banyak kata yang dikuasai, maka semakin lancar pula seseorang itu menyampaikan ide atau gagasannya kepada orang lain. Seorang yang menguasai banyak kosa kata, maka dengan mudah ia lancar mengadakan komunikasi dengan orang lain. Seorang pengarang tidak asal menggunakan kata ketika akan menuliskan ide atau gagasannya. Pengarang akan memilih kata mana yang tepat untuk menuliskan ide atau gagasannya. Hal tersebut menyangkut kapan, di mana, dan tujuan penggunaan kata tersebut. Semua itu dimaksudkan untuk memberikan tulisan yang menarik perhatian pembaca dengan maksud agar pesan yang ditulis oleh pengarang dapat disampaikan kepada pembaca.

Diksi dapat dimanfaatkan dalam bahasa spanduk iklan obat. Pemakaian diksi dalam bahasa spanduk iklan obat haruslah tepat dan benar. Hal ini diupayakan agar apa yang ingin disampaikan oleh produsen dapat diterima oleh konsumen atau masyarakat. Masing-masing produsen obat memiliki bahasa yang berbeda-beda dalam menyampaikan pesan dan iklan obat. Keanekaragaman penggunaan diksi tersebut bertujuan untuk menarik perhatian pembaca maupun pendengar. Spanduk dipandang sebagai media yang efektif untuk menyampaikan

pesan dari produsen obat kepada konsumen. Bahasa yang dipilih harus menarik dan berisikan pesan yang dikemas dengan berbagai bentuk baik menyangkut kosakata, struktur bahasa maupun pesan pragmatiknya. Para pembuat spanduk iklan obat berusaha keras untuk mempersuasi masyarakat agar membeli obat yang diiklankan oleh produsen. Aktivitas ini memperlihatkan bermacam-macam bentuk bahasa yang dimanfaatkan sedemikian rupa untuk tujuan yang jelas dan terpusat.

Bahasa dalam spanduk iklan obat beraneka ragam, masing-masing produsen obat berbeda-beda dalam menawarkan produknya kepada konsumen yang dituangkan dalam tulisan melalui spanduk. Dari bahasa spanduk tersebut terdapat diksi yang menarik untuk dipahami dari masing-masing produsen obat. Penggunaan diksi yang ada di dalam bahasa spanduk iklan obat biasanya berisi informasi atau ajakan kepada konsumen. Seperti iklan obat demam yang berisi: *"Pilihanku saat Demam Netem"*. Iklan tersebut memberikan informasi kepada konsumen bahwa di saat anak mengalami demam dapat menggunakan obat Netem. Hal berbeda terdapat pada iklan obat herpes, yaitu:

*Herpes?
Dompoo?
Oleskan Virogun.
Virogun aman dan alami
Tidak panas di kulit
Bebas berkas luka*

Iklan obat herpes tersebut menyampaikan kelebihan dan khasiat obat yang ditawarkan kepada konsumen. Dari uraian di atas penulis mengkaji penggunaan diksi dalam bahasa spanduk iklan obat yang ada di Apotek Wilayah Kecamatan Gubug Kabupaten Grobogan.

B. Pembatasan Masalah

Permasalahan dalam penelitian ini dibatasi pada penggunaan diksi dalam bahasa spanduk iklan obat yang ada di Apotek Wilayah Kecamatan Gubug Kabupaten Grobogan. Pembatasan wilayah tersebut berdasarkan tempat ketika peneliti melakukan studi, yaitu di Kecamatan Gubug Kabupaten Grobogan.

C. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, ada dua masalah yang perlu dibahas dalam penelitian ini.

1. Bagaimana penggunaan diksi konotasi dan denotasi dalam bahasa iklan obat di Apotek Wilayah Kecamatan Gubug Kabupaten Grobogan?
2. Bagaimana makna terjadinya penggunaan diksi konotasi dan denotasi dalam bahasa iklan obat di Apotek Wilayah Kecamatan Gubug Kabupaten Grobogan?
3. Bagaimana implementasi pembelajaran teks iklan dalam pelajaran Bahasa Indonesia di SMA?

D. Tujuan Penelitian

Sesuai rumusan masalah yang dikemukakan di atas, maka penelitian ini mempunyai dua tujuan yang ingin dicapai.

- a. Mendeskripsikan penggunaan diksi konotasi dan denotasi dalam bahasa iklan obat di Apotek Wilayah Kecamatan Gubug Kabupaten Grobogan.

- b. Mendeskripsikan makna terjadinya penggunaan diksi konotasi dan denotasi dalam dalam bahasa iklan obat di Apotek Wilayah Kecamatan Gubug Kabupaten Grobogan.
- c. Mendeskripsikan implementasi pembelajaran teks iklan dalam pelajaran Bahasa Indonesia di SMA.

E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini, diharapkan memiliki manfaat baik teoritis maupun praktis.

1. Manfaat Teoretis

Melalui analisis diksi dalam iklan obat dapat memberikan manfaat untuk mengembangkan penggunaan bahasa khususnya mengenai penggunaan diksi dalam bahasa iklan.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini dapat digunakan masyarakat untuk memahami diksi dan kalimat persuasif. Bagi mahasiswa dapat digunakan untuk menambah wawasan dan bahan bacaan bagi yang berminat mempelajari diksi.